

Tőke Sugárka¹

A csíksomlyói pünkösdi búcsúról szóló közösségimédia-diskurzusok

Kivonat

Hétköznapi életünk mind több és több területére ható és kiterjedő digitalizációs és mediatizációs folyamatok a vallási szférát és ennek eseményeit sem kerülik el.

A csíksomlyói pünkösdi búcsút napjainkban a Kárpát-medence egyik legjelentősebb vallási és magyar nemzeti vonatkozású eseményeként szokás emlegetni, amely évente több százezer zarándokot vonz. Az utóbbi években a közösségi média egyre nagyobb szerepet játszik a búcsú megélésében és reprezentációjában. Jelen tanulmány célja, hogy feltárja, miként jelenik meg a búcsú résztvevőinek tapasztalata a Facebook közösségi oldalon, különös tekintettel a nyilvános bejegyzések képi és szöveges tartalmaira.

A kutatás kvalitatív tartalomelemzési módszerrel vizsgálja a búcsúhoz kapcsolódó nyilvános Facebook-bejegyzéseket. Az elemzés középpontjában azok a kérdések állnak, hogy a résztvevők milyen narratívákat, történeteket, jelentésrétegeket építenek fel a búcsús élményeikről. Milyen módon mesélik el a tapasztalataikat, milyen elemeket emelnek ki, hogyan strukturálják az élményeiket, és milyen érzelmi, kulturális vagy vallási üzeneteket közvetítenek a bejegyzéseik szöveges és képi tartalmaiban. A kutatás azt is megvizsgálja, hogyan ragadják meg a posztok a búcsú szellemiségét, illetve mekkora mértékben jelennek meg bennük vallási és nem vallási – például magyar nemzeti – tartalmak, és végül hogy ezekből milyen diskurzusok meglétére következtethetünk.

Kulcsszavak: digitalizáció, mediatizáció, csíksomlyói pünkösdi búcsú, közösségi média, vizuális reprezentációk, diskurzus

Abstract. Social Media Discourses about the Pentecost Pilgrimage of Csíksomlyó

The processes of digitization and mediatization, which are affecting and expanding into more and more areas of our everyday lives, do not bypass the religious sphere and its events either. Nowadays, the Csíksomlyó Pentecost Pilgrimage is often referred to as one of the most significant religious and Hungarian national events in the Carpathian Basin, attracting hundreds of thousands of pilgrims annually. In recent years, social media has played an increasingly important role in the experience and representation of the pilgrimage. The aim of this study is to explore how the experience of the pilgrimage participants is represented on the Facebook social platform, with particular focus on the visual and textual content of public posts. The research employs a qualitative content analysis method to examine public Facebook posts related to the pilgrimage. The analysis centers on questions such as what narratives, stories, and layers of meaning the participants construct about their pilgrimage experiences. How do they narrate their experiences, what elements do they emphasize, how do they structure their experiences, and what emotional, cultural, or religious messages do they convey in the

¹ Doktorandusz, kolozsvári Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Hungarológiai Doktori Iskola, Magyar Néprajz és Antropológiai Intézet. E-mail: t.sugarka@gmail.com

textual and visual content of their posts? The research also investigates how the posts capture the spirit of the pilgrimage, and to what extent religious and non-religious (such as Hungarian national) content appears in them, and what discourses we can infer from these.

Keywords: digitalization, mediatization, the Pentecost Pilgrimage of Csíksomlyó, social media, visual representations, discourse

Cikkre való hivatkozás / How to cite this article

Tőke, S. (2025). A csíksomlyói pünkösdi búcsúról szóló közösségimédia-diskurzusok. *Erdélyi Társadalom*, 23(1), 39–66. <https://doi.org/10.17177/77171.309>

I. BEVEZETÉS

Napjaink gyors ütemű digitalizációja és a közösségi média működése szinte megköveteli, hogy életünk eseményeit az online térben is megjelenítsük, széles körben elérhetővé tegyük. A közösségi oldalak nemcsak az élmények és emlékek megosztásának eszközei, hanem a személyes és közösségi identitás formálásában is szerepet játszanak. E folyamatban nemcsak magánszemélyek vesznek részt, hanem politikai, vallási, kulturális, turisztikai stb. szervezetek és médiainstítúciók is. Az általuk létrehozott tartalmak – követés vagy algoritmusok révén – megjelenhetnek a hírfolyamunkban, ezáltal közvetett módon hatással lehetnek gondolkodásunkra, világnézetünkre.

Az életterünkben zajló események online térben, a közösségi média felületein történő mediatizációja is kulcsfontosságúvá vált az elmúlt években. Így van ez a csíksomlyói pünkösdi búcsú esetében is, amely évente több százezer búcsújárót vonz, elsősorban a Kárpát-medence magyarok lakta térségeiből, de a világ más tájairól is rendszeresen érkeznek zárandokok. Az esemény teljes lefolyásáról – az azt megelőző előkészületi napokról, a zárandokvonat és a keresztalják útjáról, a forgalmi korlátozásokról, a szentmise lefolyásáról és egyéb szórakoztató tevékenységekről mind az erdélyi magyar, mind a magyarországi sajtó napra, órára pontosan közvetít. Gyakran fotóriportokkal, videókkal teszik „színesebbé”, fogyaszthatóbbá a búcsú részleteit. Az élő televíziós közvetítések mozgóképes formában rögzítik a pünkösdszombati nagymisét és a búcsújárás kiemelt mozzanatait.

A digitalizációs és mediatizációs folyamatok következtében a csíksomlyói pünkösdi búcsú a közösségi média felületein egyre látványosabban mutatkozik meg. Különösen a koronavírus-világjárványtól napjainkig terjedő időszakban észrevehető, az egyre gyakoribbá váló posztolási gyakorlat a búcsún részt vevők körében.

Ha meg akarjuk érteni, mit, miképpen és miért posztolnak az emberek a búcsúval kapcsolatban a közösségi oldalakon (különösen a jelenlegi kutatás terepéül szolgáló Facebook-felületen), először az internet alapvető mozgatórugóit és a közösségi médiát működtető elveket szükséges megismernünk.

Az internet szó az angol eredetű *internetwork* fogalmából ered, a hálózatok hálózatát jelenti és a valóságos tér kibertérben való megjelenítését teszi lehetővé (Pusztai, 2001: 97). Az internet mint az információ áramlását újszerű módon létrehozó közeg a „hagyományos” és az „újmedia” fogalmainak elkülönítését és újraértelmezését eredményezte. Az előbbi központi szerkezetű,

ahol egy szűk, szakértői csoport közvetíti az információkat egyirányú folyamat során, a befogadók szerepe passzív, és nincs lehetőség azonnali visszacsatolásra. A kommunikáció lineáris, diszkurzív jellegű, ahol az előzmények és következmények sorrendje meghatározó. Ezzel szemben az „újmédia” decentralizált hálózatként működik, ahol bárki lehet közlő vagy befogadó, a szerepek folyamatosan cserélődnek, a kommunikáció interaktív és dialogikus. A narratíva nem lineáris, hipertextalapú, így a felhasználó szabadon navigálhat benne, az információs sorrendiség és a lineáris történetvezetés jelentősége háttérbe szorul (Pusztai, 2001: 102–103).

Az internet kialakulásában és széles körű elterjedésében két fontosabb állomás nevesíthető. Pusztai Virág a következőképpen foglalja össze a web 1.0 (World Wide Web) és a web 2.0 („webkettő”) közötti változásokat: „Az internet lehetővé tette a képekhez való korlátlan hozzáférést. A második generációs internet, illetve az ún. újmédia viszont alapjaiban változtatta meg a világhálóra kerülő képek funkcióját. A napi rendszerességgel posztolt privát képek immár közegként veszik körül az embert, minden eddiginél jobban kivéve részüket az önkép és az identitás alakításából, a közösségi-társadalmi létben való részesedésből.” (Pusztai, 2001: 100).

A közösségi média búcsúreprezentációjára az erős vizualitás jellemző. Az eseményen átélt tapasztalatok kifejezésére a képek, rövid videók általi élménymegosztás bizonyul a leginkább elfogadott szokásnak.

A jelen tanulmányban a csíksomlyói pünkösdi búcsú reprezentációit vizsgálom a résztvevői oldalról a közösségi média, pontosabban a Facebook felületén. A csíksomlyói pünkösdi búcsú kutatásának terei között az említett felület tekinthető a legújabb vizsgálódási lehetőségnek, ha azt szeretnénk megérteni, hogy milyen narratívák, diskurzusok mentén kommunikálnak a résztvevők a búcsús élményeiről. A kérdés körülménye közelebb vihet annak megértéséhez is, hogyan artikulálódik a közösségi identitás és a vallási élmény megosztása a digitális korban a közösségi média világában.

A búcsúval kapcsolatban az aktuális évszám (például „csíksomlyói búcsú 2024”) kulcsszóra kerestem rá, majd a szűrőknél beállítottam a nyilvános bejegyzések, az évszám és a helymegjelölés – esetünkben Csíkszereda – opciókat. Az így kapott 89 találatot, vagyis posztot és a hozzájuk tartozó kép- és kommentanyagot vettem szemügyre.

A vizsgálat szempontjainak kidolgozását megelőzte a kutatási anyag előzetes ismerete, felmérése. Ahhoz, hogy a közösségi médiában jelen levő, a búcsús élmény megosztásával kapcsolatos diskurzusokat feltérképezzük, először a bejegyzések felépítéseinek sémáit kell átlátnunk. Ehhez a szakaszhoz elsődlegesen a posztolási gyakorlatok számbavétele tartozik. A résztvevők helymegjelölése a búcsún: hogyan jelenítik meg ezt az online térben és milyen szándékkal? Az érzelmi állapotok, hangulatok kifejezésének tekintetében arra voltam kíváncsi milyen lehetőségek vannak a Facebook felületén ezek kifejezésére, a résztvevők mennyire használják ezeket az opciókat, milyen érzelmeket, hangulatokat kötnek a búcsús élményhez? A hozzászólások esetében ezek szöveges tartalmi és vizuális – emotikonok, matricák – kifejezési módjai, előfordulásuk gyakorisága érdekel. A képi anyag elemzésekor a leggyakoribb képtémák, azok kompozíciós elemei, szereplői, a megjelenített vallási és nemzeti szimbólumok, valamint az egyén és tömeg viszonya jelentik a vizsgálódás központját.

A posztok tartalmi vizsgálata alapján a búcsúról szóló kommunikációban a vallási élmény és az identitás megosztásának diskurzusa rajzolódott ki.

2. ÁLTALÁNOS MEGFIGYELÉSEK A BEJEGYZÉSEKRŐL ÉS AZ ŐKET KÍSÉRŐ KÉPEKRŐL

A közösségi média felületére felkerülő bejegyzések a szóbeli rövid, sűrített élménybeszámolók virtuális változataiként is felfoghatóak, amelyekben a résztvevők a búcsún való tartózkodásuk számukra legfontosabb lényegi elemeit teszik közzé: elmondják, hol voltak és mikor (hely- és időmegjelölés), hogyan érezték magukat – akár szövegesen, akár emotikonokkal kifejezve –, milyen tanulságokkal, élményekkel gazdagodtak (személyes tapasztalat megosztása, vagy a búcsú mottójának, imának a hangoztatása), másokat is ösztönöznek arra, hogy kövessék példájukat, és éljék át azt az lelkiiséget, amit a búcsú közvetít. Végül saját vagy mások fényképeinek, videóinak csatolásával vizuálisan is alátámasztják mondandójukat.

A posztok szövegeit kísérő képi anyag a búcsús élmények vizuális kifejezésére szolgál. Habár többnyire amatőr fotókról van szó, mégis elárulnak valamit a készítő személyes nézőpontjáról: a zarándoklat és a búcsú mely mozzanatait tartotta fontosnak megörökíteni, milyen személyek, hozzátartozók jelennek meg a képeken. Ha önmagát is reprezentálja, hogyan teszi ezt, szelfi vagy környezeti portré formájában, milyen szimbólumokat von be a kompozícióba. Továbbá fontos kérdés lehet, hogy a résztvevő mit tart fontosabbnak megmutatni: önmagát a búcsús környezetben vagy inkább kívülálló, szemlélői pozícióból mutatja be az eseményt, mit helyez előtérbe, illetve háttérbe, hogyan fejezi ki érzelmeit, vallási, nemzeti identitását, hogyan láttatja a tömeget, stb.

A képek és videófelvetelek szerzőiségét kevesen jelölik meg a posztjaikban. Előfordul, hogy egy résztvevő más – például hivatásos fényképész – munkáit teszi közzé, de nem tünteti fel azok szerzőjét, így azt a benyomást keltheti, mintha a közzétett képek saját élményeit és látásmódját tükröznék. Némely esetekben, a posztoló profiljának vizsgálata után egyértelműen következtethetünk arra, hogy nem ő a búcsúról posztolt fényképek szerzője, de más esetben ez eldönthetetlen kérdés marad. A képek vizsgálatakor nem a résztvevők személyes, lelki, spirituális megéléseit kívánom a felszínre hozni, mivel egy közösségi képmegosztó felület esetében ez szükségszerűen korlátozott érvényű megközelítés lenne. A felhasználók által posztolt képeket a saját értelmezési kereteik között vizsgálom, és arra keresem a választ, hogyan reprezentálják a fényképek az eseményt, milyen képi eszközök révén.

3. A RÉSZTVEVŐ HELYÉNEK RÖGZÍTÉSE AZ ONLINE TÉRBEN

A csíksomlyói pünkösdi búcsún részt vevők a bejegyzéseikben elsősorban a helyüket jelölik be – például „XY itt van: Csíksomlyó – kegyhely/Csíksomlyói nyereg” –, így a zarándoklaton való részvételüket a digitális térben is dokumentálják. Ha a felhasználó több, a Facebookot használó hozzátartozójával, barátjával csatlakozik az eseményhez, akkor őket is bejelöli a helyük rögzítésénél: „Pataki Katalin – Rozalia Toth és további 2 embertársaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2022” (Pataki, 2022).

A vizsgált 89 bejegyzés mindegyikében a felhasználók feltüntették, hogy egyénileg vagy csoportosan vettek részt az eseményen. A helymegjelölések kutatói szempontból is jelentősek, mivel ezek révén váltak azonosíthatóvá a bejegyzések. Észrevehető a 2021 és 2024 között átte-

kintett, nyilvánosan elérhető bejegyzések alapján, hogy míg a korábbi két évben 14 és 16 ilyen bejegyzés áll rendelkezésre, addig az utolsó két évben 27 és 32, vagyis az adatok azt mutatják, hogy a 2023–2024-es években nőtt a zarándoklatról szóló bejegyzések száma, ami fokozódó digitális aktivitásra utal. A helymegjelölés gyakorlatának sűrűbbé válása a 2023–2024-es években egyrészt a koronavírus-világjárvány korlátozásainak feloldásával, illetve a járvány hozadéaként felerősödött digitalizációs folyamatokkal is magyarázható. Továbbá a bejegyzések számának emelkedése azt jelzi, hogy a csíksomlyói búcsúra való zarándoklat, illetve a szombat déli nagymiséen való részvétel olyan jelentőségteljes esemény az egyén életében, amely megmutatásával mások számára is példával akar előljárni. A búcsún való részvétel rögzítése a közösségi média egy felületén hozzájárul az esemény online térben való kiterjedéséhez. A csíksomlyói búcsú már nem csak a „valós” térben zajlik, hanem ennek részletei kivetülnek és önálló digitális reprezentációként is fennmaradnak.

4. ÉRZELMEK, HANGULATOK TÁRSÍTÁSA A BÚCSÚN VALÓ RÉSZVÉTELHEZ

A posztolók többféleképpen fejezik ki érzelmeiket, hangulatukat. Az egyik – és ez a leggyakoribb – mód, hogy a bejegyzés létrehozásánál a Facebook által ajánlott opciók közül választhatnak. Itt 200 érzelmi állapot közül lehet választani, melyek mindegyikéhez tartozik egy emotikon is. A búcsún részt vevők körében a következő érzelmi állapotok megjelöléseivel találkozhatunk: áldottnak érzi magát (7), ünnepi hangulatban van (1), hálás (3), boldog (1), nagyszerűen érzi magát (1), csodásan van (1), kedves hangulatban van (1). Ezek a választható érzelmkifejezések könnyű és precíz választásnak tűnhetnek a posztoló számára, hiszen nem kell gondolkodnia a saját belső érzéseinek komplexitásán, csupán kiválaszt egy előre meghatározott érzelmiállapot-kifejezést, amely leegyszerűsítve közvetíti érzelmeit. A kutató számára is pontosnak és kifejezőnek tűnhetnek ezek az érzelmkifejezések, de valójában uniformizálják a résztvevők érzelmi sokféleségét. Ezért fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy az érzelmek ilyen módon történő kifejezése a közösségi média struktúrái által előírt keretek között zajlik.

Egy másik módszer az érzelmek megragadására az, ha a szerzők belefoglalják a poszt szövegébe, hogy hogyan érzik magukat. Ez a megjelenési forma ritkább, és jellemzően tömör, érzelmi töltetű mondatokkal történik. A hála érzésének kifejezésére az egyik lényegre törő példa: „Hálás vagyok, hogy ott lehettünk.” (Tőke, 2023). Egy másik esetben a hála érzése a kegyszobor gyógyítóerejébe vetett hittel társul: „Hála Istennek és a Csíksomlyói Szűz Anyának, újra itt – Csíksomlyón!” (Sándor Heim, 2023).

Az érzelmek vizuális kifejezésének egyik módja az emotikonok beillesztése a Facebook-bejegyzések szövegébe. A leggyakrabban alkalmazott emotikonok közé tartozik az imádkozó kéz (összetett kéz), a szív, a glóriával ábrázolt mosolygó arc, különféle nemzeti zászlók (magyar, székely, ritkábban román), a kacsintós arc, a szívecskékkel körülvett arc, valamint a templom, kereszt, fényképezőgép és galamb ikonja. Az érzelmkifejezés módjai jól mutatják, hogy a Facebook mint platform miként formálja a tartalom megjelenítését és értelmezését. A felhasználók többsége inkább él az előre felkínált, leegyszerűsített érzelmkifejezési eszközökkel, mintsem egyéni, szöveges megfogalmazásokkal adja át érzései komplexitását. Összességében a be-

jegyzésekben található érzelem- és hangulat kifejezések, valamint az emotikonok összhangban állnak a búcsú vallásos és nemzeti jelentésrétegeivel.

5. ÉLMÉNYKÖZÖSSÉG, RÍTUSKÖZÖSSÉG A BÚCSÚBAN

A búcsú összetett vallási és nemzeti arculatának megértésében útmutatóul szolgálhatnak az *élményközösség* és *rítusközösség* fogalmai. A búcsút elemző Mohay Tamás néprajzkutató Mérei Ferenc szociálpszichológus nyomán az *élményközösség* fogalma nem csupán az egyidejű tapasztalásra utal, hanem arra is, hogy ez a közös élmény a kollektív emlékezet részévé válik, és a közösségi identitás egyik meghatározó elemévé lesz. A csíksomlyói búcsú nemcsak a résztvevők nagy száma miatt fontos, hanem azért is, mert évről évre megismétlődik, így különösen alkalmas közösségi élmények kialakítására. Az így kialakuló *élményközösség* alapjául szolgál a csoportos történetmesélésnek, amely erősíti az összetartozás érzését, és hozzájárul az egyéni identitás kialakulásához – különösen azokban az esetekben, amikor a nemzeti hovatartozás kifejezéséről van szó (Mohay, 2024: 14–15). Az *élményközösség* megélése az általam vizsgált Facebook-bejegyzések esetében is tetten érhető. A közösségi médiában az együttesen átélt élményről, tapasztalatról való beszámolók állnak a középpontban és ezek összeadódva valóban egyfajta „kollektív búcsús emlékezetet” alkotnak az online térben.

A *rítusközösség* fogalma alatt a búcsú kontextusában a katolikus székely közösséget érthetjük. Tágabb értelemben a rítusközösségek a középkori Európa és a Közel-Kelet társadalmában töltöttek be fontos szerepet, de sok helyen még napjainkban is meghatározók. Ezek a közösségek sokáig fontosabbak voltak, mint a nemzeti vagy faji hovatartozás, és jobban megszervezték az emberek életét, érzéseit, szokásait és összetartozását, mint az állam, amely sokáig csak a hatalom eszköze volt. A rítus nemcsak vallási hitet közvetített, hanem egy olyan életformát is, amely meghatározta a közösség viselkedésmintáit és értékrendjét. Az újkortól kezdve – a Közel-Keleten csak a legutóbbi időkben – ezek a közösségek veszíteni kezdtek jelentőségükből, és helyüket a nemzeti közösségek vették át, amelyek az állam köré szerveződtek, és az emberek összetartozás-érzését saját céljaikhoz kezdték felhasználni (Bibó, 1991: 200). A búcsú esetében annak lehetünk a tanúi, ahogyan a rítusközösségeként felfogott katolikus székelység identitását átértelmezik a máshonnan érkezett résztvevők, ezáltal a rítusközösség fogalma beolvad a nemzeti érzések olvasztótégelyébe (Mohay, 2024: 14). Ez a folyamat a közösségi médiában főként akkor jelentkezik, amikor magyarországi posztolók egy fogalmi keretben említik a székely identitáshoz tartozó jelzőket, a vallásosság megélésének különböző formáit és a magyar nemzeti – időnként szélsőséges – narratívákat.

6. A VALLÁSOS ÉLMÉNY ÉS TÖMEGÉLMÉNY KIFEJEZÉSÉNEK FORMÁI ÉS MEGJELENÍTÉSE A KÉPEKEN

A zárándoklat során és a búcsú történéseiben a katartikus élmény (katarzisz), vagyis az átlényegülés áll a középpontban. Tánczos Vilmos néprajzkutató szerint a búcsúra történő zárándoklat rituális drámaként is értelmezhető, amelynek központi eleme a katarzisz, amennyiben a zárán-

dokok az esemény hagyományos, ritualizált cselekvéssorának megfelelően végzik a zárandoklatot és a búcsún való részvételt. „A búcsújárás tehát egy pontosan megtervezett viselkedésforma, amelynek célja a lelki megtisztulás elérése. A dráma lényege egyfelől a *búcsú eszmei értékeivel való azonosulás*, amit a helyesen elvégzett rítusok fejeznek ki, másfelől pedig a transzformáció, azaz a hétköznapiakból való kilépés és az átlényegülés.” (Tánczos, 2016: 10–11).

A búcsújárás hagyományos megéléséhez szervesen kötődő katartikus vallási tapasztalat a „modern” világ hibridizációs folyamataiban nehezebben érhető tetten. Ez utóbbi alatt érthetjük a szent és profán minőségek összemosódását – zárandok és turista, vallási és magyar nemzeti jelleg – valamint a hagyományos és „modern”, búcsújárási szokások ötvözetét.

A vallásos élmény kifejezési módjainak a Facebook-bejegyzések esetében az aktuális búcsú mottóját, a csíksomlyói Szűz Máriához idézett köszöntést, imát, egyházi személyektől idézett szemelvényeket, a prédikáció egy részletét, a személyes élmények, benyomások említéseit, történetek felidézését, valamint az itt felsoroltak különböző módon kevert változatait tekinthetjük. Gyakran a vallási és a nemzeti identitás kifejezése együttesen érvényesül. Erre a kérdésre lentebb visszatérünk.

A Szűz Máriához címzett fohászok közül a következő 2021-ben létrejött bejegyzést idézem: „Enikő Lőrincz áldottnak érzi magát – itt: Csíksomlyói Nyereg:

Égi Édesanyánk, Csíksomlyói Szűz Mária, rejsd el védő palástod alá gyermekeidet (három imádkozó ikon, egy székel, egy magyar és egy román zászló ikon) 2021 Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú Mottó: A Magasságbeli ereje borít be árnyékával.” Hitben, szeretetben és kitartásban gazdag Áldott Pünkösdi Ünnepeket kívánok” (Lőrincz, 2021). Ebben az esetben hangsúlyozandó a három említett lobogó együttes ábrázolása, amely a multikulturalizmus, elfogadás, békében együttélés eszméit támogatja.

Egy másik, szintén 2021-es Mária-köszöntés így szól: „(imádkozó ikon) Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! (szív ikon, virágcsokor ikon, imádkozó ikon)” (Csányi, 2021).

A vallási élmény a hazatérés érzetével fonódik össze, erre jó példa a következő poszt: „Ianos Ferenczt jelenleg itt van: Csíksomlyó – kegyhely: Hazajöttünk s Megáldott a Csíksomlyói Boldogságos Szűz Maria! Csíksomlyói Búcsú 2021” (Ianos, 2021).

A mások számára is tanulságosnak tartott prédikációrészlet kiemelése szintén a vallási élmény megnyilvánulásának tekinthető: „Attila Árpád Szász jelenleg itt van: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú !!! Kicsik és nagyok... zárandokok... (galamb és csillag ikon) »Tudatosítsuk, hogy az értékskálánk nem lehet más, mint: a bölcsesség, a megbecsülés, a türelem, a tudatosság, az emberség, a testvériség, a béke, a család, a nemzet, az egyház, szolgálni és nem uralkodni, termelni és nem csupán fogyasztani, adni és nem csak elvárni, csodálni és nem kizsákmányolni, óvni és nem tönkre tenni, mindezekkel és mindezekben túl (is) nem feledve: A szeretet és annak műve marad meg örökre. (GS 39.)« Fr. Urbán Erik OFM (...) #miraclesareeverywhereforasz” (Szász, 2023).

A hála érzése és ennek kifejezése az egyik alapvető formája a vallásos tapasztalatnak: „Enikő Lőrincz áldottnak érzi magát – itt: Csíksomlyói Nyereg

A 2024 Csíksomlyói Búcsú mottója »Újulatok meg!« (mosoly emotikon, szív ikon) Hálát adok a drága jó Istennek hogy idén is részt vehettem (mosoly emotikon, három imádkozó ikon)” (Lőrincz, 2024).

A vallásos élmény egyik megnyilvánulási formája az egység, a világgal és a mindenséggel való összhangban levés érzése. Erre utalhat a következő bejegyzés „mindenkivel találkozás” fogalma: „Aniko Andrea Lep – Sandor Juhasz és további 2 ember társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2023 (hála ikon, bélyeg ikon, szív ikon) Itt mindenki lehet találkozni (szív szemű emotikon, ölelő emotikon)” (Lep, 2023).

Az egység érzése, a tömegélmény nyilvánul meg a posztokhoz csatolt fényképek többségén, melyeknek egyik leggyakoribb témája a búcsús tömeg szemléltetése. Ezalatt főként a búcsú nagytól jellegű ábrázolásmódját értem, ahol a kamera nem fókuszál konkrétan egy emberre vagy embercsoportra, hanem a teljes jelenetet próbálja egy képkivágásba sűríteni. A búcsúra összegyűlt tömeg szemléltetése többféle jelentéstartalommal bírhat. A búcsús tömeg alatt egyaránt érthetjük az emberek, a keresztény hívők, zarándokok, magyar ajkúak és nemzetiségűek, székely etnikumúak tömegét stb. A tömegképhez gyakran társul az erő koncepciója, ez változhat attól függően, hogy az összegyűlt csoportjának mely vonatkozását akarja szemléltetni valaki. Például a búcsú tömegének ábrázolása – bizonyos kontextusokban – a magyarság erejének szimbolikus megjelenítéseként értelmezhető.

Jelen esetben a búcsú résztvevői tömege, mint a keresztény vallásosság reprezentációja fejeződik ki azokon a fotókon, ahol a sokadalom és a Hármashalom-kápolna keresztje kerül egy kompozícióra. Az itt elemzett kép (2. kép) alsó részét és előterét – mintegy talapzatként – foglalja el az említett kápolna fődésének hármass íve, illetve az ebből kimagasló kettős kereszt. Ez a szimbólum a magyar államiság és a keresztény hit együttes kifejeződéseként is értelmezhető, az Anjouk korától a magyar címeren is megjelent, majd később a magyar és székely nemzeti öntudat és keresztény hit összekapcsolódását is jelképezi (Bálint & Barna, 1994: 28). A kép háttérében több ezer ember apró – már-már a pixelek méretével egyenértékű – pontjai töltik be a képteret. A tömeg ábrázolásából nem emelkedik ki egyetlen nemzeti szimbólum sem, a zászló, a kápolna ívei és a kettőskereszt domináns formái alatt minden résztvevő és csoportosulás egyenértékűként jelenik meg.

A búcsún részt vevő és a közösségi médiában megosztott tömegképek nézőpontja könnyebben meghatározható, mint a profi fényképészek által komponált képek. Előbbi esetében (3. kép) a résztvevő maga is a tömeg alkotóeleme, így a fénykép előterében láthatóak a közvetlen környezetében tartózkodó személyek.

Ugyanitt említhető egy másik példa, amely – bár más szemszögből mutatja a tömeget – mégis a résztvevő nézőpontjának a saját környezetébe, a körülötte lévő tömegbe való beágyazottságára utal (4. kép).

A tömeg teljességét a legobjektívebben a drónfelvételek tudják szemléltetni. Ilyen felvételekre is találunk példát az elemzett közösségi média felületén. Egyik esetben a közölt videófelvétel atmoszférikus zene kíséretében közvetíti a búcsún részt vevők madártávlati nézetét, a másikban a felvételhez zenei aláfestésként társul az „Ó, én édes jó Istenem...” kezdetű dal.

A közösségi médiában egyre aktívabb szerepet vállalnak az egyházi szervezetek, akik tevékenységeik fontos eseményeit dokumentálják és kommunikálják. Erre jó példa a Seminarium Incarnatæ Sapientæ, a gyulafehérvári papnevelő intézet Facebook-oldala, amely 2023-ban és 2024-ben is történetmesélő kedvvel és fényképek mellékelésével számol be a kispapok csíksomlyói pünkösdszombati zarándoklatáról. Mindkét említett évben posztolnak csoportképet a Hármashalom-oltár közelében (9. kép), illetve a búcsús tömeg egészét is szemléltetik, 2023-ban

pedig egy hatfős szelfit (**10. kép**) mutatnak be, háttérben az említett építménnyel. Az általuk közzétett fényképeken és azok kompozíciós hangsúlyain is észrevehető, hogy a búcsún való részvételük és annak megélése tekintetében a saját kispapi közösségben való létük az elsődleges. Külön figyelmet érdemelnek a bejegyzések végén szereplő nagy számban alkalmazott hashtagek: „#SIS #Gyulafehérvár #szeminárium #Csíksomlyó #Csicsó #Csíkcsicsó #Csíkszentkirály #Csíkszentgyörgy #Háromtizes #Csíkszentsimon #Csíktaploca #Nagykászon #Kászon #Kászonújfalú #pünkösdi #búcsú #pünkösdebúcsú2024 #pünkösdebúcsú #közösség #találkozás #pasztoráció” (Seminarium Incarnatae Sapientiae, 2024). A hashtagek kulcsszavakként szolgálnak, ami által a felhasználók könnyebben hozzájuthatnak az érdeklődési körükhöz közelebb álló tartalmakhoz (Veszelszki, 2016: 147–148). Az említett poszt esetében a hashtageket tekintve elmondható, hogy nem csupán saját intézményi kereteik népszerűsítésére használják ezeket, hanem az őket vendégszeretettelükkel fogadó plébániákat is megjelölik, ezáltal teremtve egyfajta közösségi hálózati kapcsolatot a közösségi média felületén is.

7. SZEMÉLYES ÉLMÉNYPEGOSZTÁS

Noha a közösségi média elsősorban élmény- és történetmegosztásra szolgál, a búcsúval kapcsolatos bejegyzések között ritkán találhatók olyanok, amelyek kifejezetten a résztvevők személyes tapasztalatait dokumentálják. Ez a tartózkodás a személyes történetek és élmények megosztásától feltehetően a közösségi média egyik alapvető jellegzetességéből fakad, nevezetesen abból, hogy a profilbeállításoktól függően a posztok láthatósága széles körű, beleértve az ismerősöknél akár kutatókat is. Ennek következtében a posztoló szubjektív élménye könnyen kritikák, elutasítás vagy rosszindulatú kommentek keresztüzzébe kerülhet.

A vizsgált források alapján elmondható, hogy a résztvevők többnyire rövid mondatokban fejezik ki tapasztalataikat, melyeket gyakran emotikonok vagy fényképek illusztrálnak. Ezek alapján személyes megnyilvánulásnak tekinthető minden olyan szövegben kifejezett gondolat, amely sajátosan fejezi ki a búcsún tapasztalt benyomásokat. Az alábbi poszt egyidejűleg jeleníti meg a búcsúra érkezés örömét, valamint arra ösztönzi az olvasókat, hogy életük során legalább egyszer vegyenek részt az eseményen. „Brigitta Sándor Heim hálás – itt: Csíksomlyó: Reggeli szép! (glóriás emotikon) Megérkeztem! (három szívecskés emotikon) Hála Istennek és a Csíksomlyói Szűz Anyának, újra itt Csíksomlyón! (fehér szív ikon) Ide egyszer mindenkinek el kell jönni, utána már vissza vágysz! (szív, ölelő emotikon) Mottó: »Újuljatok meg!« (Ef 4,23) (glóriás emotikon, fehér szív) Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú 2024 (három szívecskés emotikon, templom ikon)” (Sándor Heim, 2024).

Egy másik példa: „Török Zoltán nagyszerűen érzi magát – itt: Csíkszereda (Hargita megye) (öt imádkozó ikon) CSIKSOMLYOI BUCSU végre én is eljutottam (két kacsintó emotikon és két hüvelykujjat feltartó ikon) 2023 Imádkozom mindenkiért (három imádkozó ikon).” (Török, 2023). A posztoló kifejezi örömét amiatt, hogy végre lehetősége nyílt eljutni a csíksomlyói búcsúra, illetve másokat is – akár akik nem tudtak eljönni – biztosít afelől, hogy imádkozni fog értük.

Mindkét bejegyzés a búcsúra való megérkezés örömét fejezi ki, egyúttal hangsúlyozza az imádság révén történő közösségiszándék-kifejezést.

A szombat déli nagymisén való részvételtől lényegi és közvetlen formában számol be az itt következő poszt: „Andreia Farkas – Mihaela Farkas és további 7 ember társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Egy csodálatos nap emlékére 2024.05.18 Csíksomlyói búcsú (szív ikon, glóriás emotikon, imádkozó ikon, bélyeg ikon) !” (Farkas, 2024). A bejegyzés szövegében megfogalmazott „csodálatos nap emléke” a hozzácsatolt családi fényképek bensőséges hangulatán is tükröződik. Két szelfi a posztolóról, párjáról és kisgyermekükéről, valamint egy nagyobb „családi” szelfi a többi hozzátartozóikkal, ismerőseikkel a háttérben valóban egy közvetlen, meghitt, búcsúélmény hangulatát közvetítik.

A búcsúra való eljutás nemcsak vallási és spirituális beteljesülést jelenthet, hanem egyben fizikai erőpróbát vagy sportteljesítményt is, ez érthető az itt idézett bejegyzésből: „Árva-Tasi Gabriella Zoltán Árva társaságában van, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Megcsináltuk !!!! Csíksomlyói búcsú 2023” (Árva-Tasi, 2023). Hasonló motivációk és kihívások érezhetőek ki a következő poszt szövegéből: „Bence Koplányi csodásan van – Vad Vivien és Gréta Horák társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Csíksomlyói búcsú 2023! Kálvária megmaszva! (napszemüveges emotikon)” (Koplányi, 2023). A bejegyzéshez csatolt fényképek is a keresztútvégzés mozzanatait rögzítik, majd két szelfi formájában tudósítanak a szerencsés megérkezésről. A fotók a résztvevő személyes szemszögéből mutatják be a búcsú egy kiragadott mozzanatát.

A búcsús élmény személyes dimenziója a mellékelt fényképeken főként a résztvevők önmegjelenítésében, hozzátartozóihoz, a búcsú más résztvevőihöz vagy a tömeghez való viszonyának vizuális kifejezésében mutatkozik meg.

Ez a jelenség több kompozíciós szempontból is elemezhető, mivel ezek az aspektusok jelentős információval szolgálhatnak az egyénnek a búcsúhoz mint vallásos és nemzeti eseményhez fűződő viszonyáról. Amennyiben a résztvevő önmagáról vagy csoportban, a búcsús környezet háttérével szelfit készít, a kompozíció egyes elemeinek egymáshoz való viszonya fontos elem a kép értelmezésében. Az egyén jelenléte hangsúlyozódik, vagy esetleg a párkapcsolati, baráti, családi viszonyai az elsődlegesek, amelyek együttesében vesz részt a búcsún? A képen találhatóak-e valamilyen identitást kifejező szimbólumok, és ezek mekkora jelentőséggel bírnak a kép egészére nézve?

A szelfi műfaja is igen gyakori a búcsú közösségimédia-reprezentációi között. A szelfikészítés a dupla kamerás telefonok, tabletek majd a szelfibotok széles körű használatával kezdett elterjedni. Bár kezdetben elsősorban társadalmi ellenérzéseket váltott ki – egyrészt nárcisztikus, másrészt a magányosságra vagy izolációra utaló jellege miatt –, a 2010-es évektől az egyik legelfogadottabb, leginkább magától értetődő önkifejezési formává vált. A szelfire manapság egyfajta státuszszimbólumként is szokás tekinteni. Az illető személyes, külső megjelenése – melyet gyakran lát el különféle „szépítő” szűrőkkel és effektusokkal – és a háttérben megjelenő környezeti és táji elemek azt a célt szolgálják, hogy érzékeltessék az egyén jelenlétét egy reprezentatív helyszínen (Pusztai, 2020: 107–108).

Jellemző példaként említhető az egyén és a búcsús tömeg viszonyának kiegyensúlyozott bemutatására az a szelfi, melyen a képkészítő férfi portréja a kompozíció bal alsó sarkában helyezkedik el, a képtér többi részén a búcsús tömeg, a Kis-Somlyó „nyerge” – benne a Hármashalom-oltárral –, valamint a háttérben a Hargita hegyvonulatai látszanak (11. kép). Ez a fénykép mind kompozíciós, mind tartalmi szempontból harmonikus módon juttatja érvény-

re az egyénnek a búcsú egészéhez való viszonyulását: habár hangsúlyosan a posztoló személy van az előtérben, mégis a kép oldalára „húzódva” a búcsús tömeg teljességét igyekszik kifejezni.

A búcsún készített szelfi fotó egy másik példája, amikor az eseményen való részvételnek egyértelműen a társas kapcsolati formája az elsődleges, és emellett elhalványul minden vallási vagy nemzeti identitást kifejező elem, szimbólum. Ez olyan kompozíciós megoldással érvényesül, amiben a búcsún részt vevők portréi a képtérnek körülbelül a háromnegyedét kitöltik, a háttér alapján pedig alig azonosíthatnánk, hogy a csíksomlyói pünkösdi búcsún készült a felvétel. Erre jó példa a 12. és 13. kép. Az utóbbi esetében a négy barátnő alakjáról és a háttér zöldjében üldögélő emberek alapján a poszt szövege nélkül aligha ismernénk fel, hogy milyen eseményen készült a felvétel. Ezekben az esetekben inkább a társas, illetve a baráti kapcsolat hangsúlyozása az elsődleges a búcsús tapasztalat megélésében.

A szelfi elsődleges műfaji adottságainak – hogy alapvetően egy, vagy ritkább esetben kisebb csoportról készül – a teljesen kiterjesztett változatát figyelhetjük meg a 14. képen. A képtér bal alsó negyedében a képet készítő nő portréja vehető észre, a fennmaradó többi felületen pedig egyenletesen elosztva jelennek meg a hozzátartozóinak, barátainak alakjai.

8. A MAGYAR NEMZETI IDENTITÁS MEGÉLÉSÉNEK MEGOSZTÁSA

A búcsú nemzeti arculatának kialakulásában döntő szerepet játszottak különböző történelmi események, kulturális és politikai változások. Habár a csíksomlyói pünkösdi búcsú a XIX. században még a katolikus székelyek hagyományos búcsújáróhelyeként volt számontartva, a trianoni békeszerződést és majd a második bécsi döntést követő időszakokban is egyre többször említik nemzeti kegyhelyként. A romániai kommunista diktatúra évtizedeiben tiltott volt a búcsújárás, így az esemény nemzeti vonatkozása semmiképp nem lehetett közbeszéd tárgya (Mohay, 2023: 465–468). Az 1989-es rendszerváltást követően a nemzeti jelleg ismét felerősödött, és napjainkra szinte a vallással egyenrangúként szokás említeni.

Az eseményen részt vevő világi előljárók sora és médiajelenléte, a búcsúról szóló cikkek szövegének és képi világának hangsúlyos nemzeti keretezése, a különféle nemzeti szimbólumok gyakori, ismétlődő reprezentálása mind hozzájárul a búcsú nemzeti jellegének erősödéséhez. Ez a bejegyzések szövegeiben gyakran a búcsú vallásos lényegiségével együttesen nyilvánul meg.

A Facebook-bejegyzések vizsgálatakor a nemzeti identitás kifejezésének tekinthetjük azt, ha valaki kimondottan a „magyaroknak” kíván valamit, hozzájuk szól, nemzeti érületű idézetet, mondatot, gyakran emlegetett kifejezést fogalmaz meg, de az is ide tartozik, amikor emotikonok vagy hashtagek formájában juttatja érvényre/közli nemzeti hovatartozását.

A magyar nemzeti érzés egyik kulcsmondata – „Voltunk, vagyunk s leszünk” – fogalmazódik meg az egyik bejegyzésben, melyet egy világi előljáró, Csányi Attila tett közzé: „Csányi Attila hivatalos oldala jelenleg itt van: Csíksomlyó kegyhely: (imádkozó ikon) Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! Csíksomlyói Pünkösdi búcsú 2021-ben (magyar zászló ikon) Voltunk, vagyunk s leszünk! (imádkozó ikon)” (Csányi, 2021). Ez utóbbi mondat jelentésének hangsúlyozásához kapcsolódik a magyar zászló ikon beékelése is.

A vallási és nemzeti jelentéstartalmak hibridizációjára tökéletes példa az alábbi: „Edit Laczkó áldottnak érzi magát – Larissza Vanda Laczkó társaságában, itt: Csíksomlyó – kegyhely: Az élet ÁLDÁS! Áldott Pünkösdi ünnepet kívánok a Csíksomlyói Búcsú üzenetével: PAX ET BONUM! BÉKE ÉS JÓSÁG! Istennel minden lehetséges! HIT + REMÉNY + SZERETET + HÁLA! LEGYETEK BÉKESSÉG SZERZŐ ÉS A JÓSÁG OSZTÓI! LEGYEN VELÜNK A JÓ ISTEN ÁLDÁSA NÉPÜNKÉRT, NEMZETÜNKÉRT! #azéletáldás #magyarnemzet #székelység #Székelyföld #Erdély #Magyarország #Hungary #béke #jóság #békeésjóság #PaxetBonum #pünkösdbúcsú #Csíksomlyóibúcsú #összetartozunk #csíksomlyó #megemlékezés #zarándoklat #Csíksomlyó #Búcsú #nemzetiösszetartozásnapja #trianon #június4 #egyvérből vagyunk #külhon #cselekvőnemzet #össznemzet” (Laczkó, 2022). Figyelemre méltó, hogy a posztoló személy közlésében a búcsú mottója, fő kulcsszavai, az olyan magas rendű rendű spirituális, vallási fogalmak, mint a béke, jóság, hit, remény és az olyan nemzeti ideológiák fele mutató kifejezések, mint az „össznemzet”, az „egy vérből valók vagyunk” megfogalmazások mind szervesen kapcsolódnak a búcsúhoz.

A 2022-ben a nemzeti összetartozás napja és a csíksomlyói pünkösdi búcsú ugyanarra a dátumra, június 4-re esett. Ebből adódóan több erdélyi és magyarországi hírportál is hasonló címválasztással reagál a két ünnep együtt állására (Farkas, 2023. június 4.). Erre egy másik példaként hozható fel a következő bejegyzés: „Both Béla Csaba Attila Tóth társaságában van, itt: Fodor Ház: Két kürtös a Csíksomlyói Trianon emlékműnél. #Csíksomlyóibúcsú2022 #június4 #Nemzetiösszetartozásnapja #Székelyhadosztály #Nemnemsoha” (Both, 2022). A poszt szövegében a „nemnemsoha” hashtag beszúrása utal a korábban is említett revizionista eszmékre.

A „magyaroknak” címzett jó kívánság megfogalmazása elsősorban hivatalos politikai profiloktól származik: „Nemzetpolitikai Államtitkárság jelenleg itt van: Csíksomlyó: (kereszt ikon) »Újuljatok meg!« (imádkozó kéz, bélyeg ikon) (magyar zászló ikon) Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 (galamb ikon) (templom ikon) Áldott pünkösddöt kívánunk minden magyarnak! (magyar zászló ikon) Potápi Árpád János (fényképezőgép ikon) Magyarország Főkonzulátusa Csíkszereda” (Nemzetpolitikai Államtitkárság, 2024). A pünkösdi jókívánságban „a minden magyarnak” fordulat implikálja más nemzetiségű résztvevők kizárását.

Egy másik bejegyzésben a médiában gyakran használt, bevett formula jelenik meg, amely a csíksomlyói búcsút mint a magyarság legnagyobb találkozóhelyét, vagy mint a nemzeti összetartozás egyik ünnepét jelöli meg: „Csöbör Katalin jelenleg itt van: Csíksomlyó: A magyarság legnagyobb találkozója: Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 (magyar zászló).” (Csöbör, 2024).

Érdekesség, hogy mind az erdélyi, mind a magyarországi online sajtóban megjelenő, a búcsúval kapcsolatos erőteljes magyar nemzeti színezetű gondolatosság az elemzett közösségi média felületének posztjaiban nem jelenik meg ugyanolyan határozottsággal. Az eseményről szóló, civilek által közzétett bejegyzések között kevés, 89-ből 12 posztban jelenik meg írott vagy emólikonnal jelzett, nemzeti érzületre utaló tartalom.

A búcsús tömeg, mint a magyarság erejét szimbolizáló képi elem azokon a fényképeken ragadható meg, ahol a tömegből egyértelműen kimagaslanak a nemzeti színű zászlók. Erre példa a fentebb már idézett bejegyzés és a hozzá tartozó egyik kép (1. kép a mellékletben), melyen a Hármashalom-oltár előtti teret elfoglaló tömeg látható a Nagy-Somlyó felől, az oltár mellett pedig – a képen látható méretarányok alapján – az építmény méreteihez hasonló székely zászló

azt a benyomást kelti, hogy az esemény vallási, liturgikus jelentősége és a székelly nemzeti vonatkozása közel egyenrangú.

A résztvevők hagyományosabb képi ábrázolásaként említhető a búcsús környezetben az egyszerű – más fotós által készített – fénykép vagy csoportkép, háttérben a csíksomlyói „nyereg” domborzati formáival és az ebben helyet foglaló embertömeggel együtt (5., 6., 7. kép). A legutóbb hivatkozott kép esetében kiemelt magyarázó elem a csoportkép háttérében a „Tájak 2” feliratú tábla, amely jelzi a kép alanyainak hovatartozását. A személyes jelenlétük mellett, képviselik otthonukat, térségüket, ahonnan a búcsúra érkeztek. Egy másik példa a közösségi identitás hangsúlyozására a Rákóczi Szövetség által posztolt csoportkép (8. kép). Az említett civil szervezet fő célja a magyar identitás és kultúra megőrzése a Kárpát-medencében. A fényképen Kis-Somlyó nyergében nagy lélekszámú mosolygós, nyakukban sárga szalagot viselő diákcsoportot láthatunk, előtérben egy méretes „Rákóczi Szövetség” feliratú zászlóval. A csoportból még kitűnnek a „Szent Mór Iskolaközpont” és a „Szent Imre Nyíregyháza” feliratú táblák, amelyek pontosítják a jelenlevők intézményi háttérét. A csoporthoz tartozik továbbá egy szalagokkal ellátott kereszt, egy magyar zászló, egy székelly zászló és egy Árpád-sávós zászló is. A háttérben két búcsús körmeneti zászló is feltűnik. A fényképen a szervezet lobogója tűnik dominánsnak a többi zászlóhoz képest, a háttérben megjelenő különböző szimbólumok révén pedig sűrítetten mutatja fel a Rákóczi Szövetség által képviselt értékeket: fiatalság, összetartozás, nemzeti identitás, kisebbségi identitás, kereszténység.

9. A BEJEGYZÉSEKHEZ FÜZÖTT HOZZÁSZÓLÁSOK

A posztokhoz fűzött hozzászólások esetében is a vizuális önkifejezés dominál. A leginkább elterjedt gyakorlat, hogy a búcsún részt vett személyek hozzátartozói, ismerősei különféle – rendkívül változatos formájú – emotikonok, matricák,² felhasználói profiljukat megjelenítő „avatarok”³ formájában szólnak hozzá egy-egy bejegyzéshez.

Ezek közül a leggyakoribb a kéztartással imádkozást ábrázoló és a galambot megjelenítő matricák használata, ezek többféle változatban (glóriával, különböző színekben) jelennek meg. Továbbá előszeretettel használják a szívet ábrázoló, vagy a különféle állatfigurás matricák (pl. nyúl, kutya, medve) képi illusztrációit. Elemzésük meghaladná jelen kutatás kereteit, így ezek részletes elemzését mellőztem kutatásom során.

A szöveges hozzászólások tematikáját illetően a búcsún részt vevők lelki támogatása, zarándoklatuk teljesítéséhez fűzött, örömteli gratulációik az elsődlegesek. Ez érezhető ki az itt idézett három kommentből: „Livia Kocsis: Jó, hogy eljutottatok. Istennek legyen hála” ; „Erzsébet

2 A matrica (angolul *sticker*) a Facebookon egyfajta vizuális elem, amelyet üzenetekben, hozzászólásokban vagy történetekben lehet használni az érzelmek, reakciók vagy hangulat kifejezésére. Ezek a matricák nagyobbak és részletesebbek, mint az emoji, és gyakran rajzfilmfigurákat, mémeket vagy egyedi grafikai elemeket ábrázolnak.

3 A Facebook-avatar egy személyre szabható, rajzfilmszerű digitális karakter, amely a felhasználó külsejét és stílusát tükrözi.

Szász: Nagyon ügyesek vagytok, puszi!!!”; „Erzsebet Dunai: Lélekben veletek voltunk! (imádkozó kezek és virág ikon)” (Tekla, 2024).

Arra is találunk példát, amikor a kommentelők egyrészt sajnálkozásuknak adnak hangot amiatt, hogy nem tudtak részt venni a búcsún, de egyúttal hálájukat fejezik ki a közzétett képekért, mert ezek által ők is részesülhettek bizonyos fokig a búcsú szellemiségéből. Ennek alátámasztására idézem az egyik hozzászólást: „Alzbeta Lencsesova: Nagyon szép hely, elragad a kegyeletével, nagyon sajnálom, hogy már nem merek útnak indulni.” (Bíró, 2022).

A búcsúval kapcsolatos bejegyzéseket véleményezőők a táj szépségére is reflektálnak, kifejezve azon örömeiket, hogy ismerősük milyen „szép” tájra, környékre jutott el.

Jellemző továbbá a köszönet kifejezése, hogy a megosztott képek révén közvetetten kapcsolódhatnak az eseményhez. Egy politikai előjáró által megosztott bejegyzéshez és a hozzá tartozó gazdag képi anyaghoz 48 lelkes hozzászólás érkezett: „Schwarzkopf Margareta: Felemelő érzés látni mindig a Csíksomlyói Búcsút, sajnos most nem élőben, csupán a megosztás alapján.” Egy másik kommentelő megnyilatkozása: „Ika Sipos: Köszönjük a képek általi élményt is. Csodálatos felvételek, sok fiatallal. Ez szívmengető.” (Csányi, 2021). Ugyanezen bejegyzés hozzászólásaként említhető a következő: „Eszter Majoros: Gyönyörködve nézem a képsorokat, most sem jutottam el közéték! Legyen áldásos a Pünkösdi Ünnepek, Isten segítsen utatokon!” (Csányi, 2021).

Az itt említett két hozzászólás azt támasztja alá, hogy a búcsú kiragadott mozzanatainak az online térben való képi megjelenítése döntő fontosságú a zárandoklat megtevéseire alkalmatlan személyek számára. Ezáltal a búcsúról készült felvételek szemlélése egyesek számára a búcsún való jelenlét érzetét hordozhatja. Érdekes megfigyelni, hogy annak függvényében, hogy ki teszi közzé a bejegyzést, meghatározza a hozzászólók véleménynyilvánításának stílusát és hangnemét. Ha például egy politikai szereplő közöl információkat a búcsú szervezésével, szabályaival kapcsolatban, alatta gyakran jelennek meg negatív, személyeskedő hangvétellű kommentek: „Kinga És Endy: Bezzeg június 1-től maszkmentesen és tömegesen lehet élvezni a román tenger hangulatát (két mérges emotikon) ... azt megengedik... a zárandoklatot meg nem...” (Csányi, 2021).

Ha egy egyházi szervezet posztol, például a gyulafehérvári kispapjai pünkösdi zárandoklatáról, az alatt szinte kizárólag szabványos, vallási jellegű („Ámen”) hozzászólásokat olvashatunk, a különféle, fentebb említett matricák ritkán fordulnak elő (Seminarium Incarnatæ Sapientiae, 2024).

Az itt említett vizuális elemek egy része a kereszténység szimbólumait – imádkozó kezek, galamb – vonultatja fel. A kommentelők ezen szimbólumok közzétételével juttatják érvényre vallási kötődésüket az eseményhez, illetve annak szellemiségéhez (galamb matrica mint a Szentlélek szimbóluma). Másrészt a résztvevők, zárandokok vagy mások iránti gondoskodás, együttérzés, támogatás stb. szándékát fejezhetik ki az imádkozó matrica mellékelésével a kommentmezőben.

A gyakran alkalmazott matricák az érzelmek és identitás kifejezését szolgálják, esetleg utalnak a kommentelő és a bejegyzést közzétevő viszonyára, ilyenek például a hozzászólásban megjelenő avatarok vagy a különféle szeretetkifejező emotikonok, matricák.

Kézenfekvő megállapításnak tűnik, mégis indokolt hangsúlyozni, hogy a közösségi médiában megosztott búcsúélmény jelentősen eltér a személyes részvételen alapuló vagy írásos formában rögzített élménybeszámolóktól.

A búcsúval kapcsolatos Facebook-posztok tartalmi struktúrájában visszatérő mintázatok és konvenciók figyelhetők meg. Ez részben az adott médium (illetve más hasonló platformok, mint az Instagram, TikTok, Twitter) sajátos működési logikájából fakad. Marshall McLuhan óta tudjuk, hogy a „médium maga az üzenet”. Vagyis nemcsak az számít, *mit* közlünk, hanem az is, hogy *milyen médiumon keresztül*. A médium nem pusztán a tartalom hordozója, hanem aktívan alakítja azt, ahogyan a tartalmat értelmezzük, sőt hatással van a társadalomra, gondolkodásmódunkra, érzékelésünkre (McLuhan, 1967: 10–26). Ezt a gondolatot fejlesztette tovább és alkalmazta az újmédia kontextusában Lev Manovich (2008). A digitális média és a szoftveres kultúra viszonyát vizsgálva mutatja ki, hogyan szabják meg a digitális platformok a lehetséges tartalmi formákat. Azt állítja, hogy a számítógépes gondolkodásmód átalakítja a média hagyományos, kulturálisan meghatározott logikáját. Míg a korábbi kulturális kifejezésformákat elsősorban a narratív struktúrák jellemezték, addig az újmédia középpontjában az adatbázis áll, amelynek működési elve tükrözi az információs kor uralkodó gondolkodási mintáit. Ennek következtében az újmédia hozzájárul a kultúra újfajta értelmezéséhez és újraértelmezéséhez (Manovich, 2008: 25–26).

A búcsú közösségimédia-reprezentációjában a médium általi determináltság gondolatát érvényesíthetik a résztvevők helymegjelölését, az érzelmeket, hangulatokat, eszmei tartalmakat vizuálisan, sematikusan kifejező megoldások, amelyek különféle ikonok, emotikononok, matricák, GIF-ek, avatarok formájában nyilvánulnak meg.

A posztok tartalmi felépítésének másik sajátossága a hagyományos vallásos, liturgikus formulák átemelése a közösségi média felületére. Ide tartoznak a bejegyzések szövegeibe foglalt imák, idézetek, Isten anyjához intézett fohászok, az aktuális búcsú mottójának vagy a prédikáció kiemelt részleteinek felidézése, illetve az „ámen” kifejezés gyakori használata a kommentek sorában. Ezeket egészítik ki a fentebb említett vizuális elemek gyakori használata a bejegyzések, hozzászólások terében.

A közösségi média posztjainak vizsgálatában Gillian Rose vizuális tartalomelemzésről szóló módszertanának alkalmazható elemeire támaszkodtam a posztok szövegeinél és képi anyagánál egyaránt.

Gillian Rose *Visual Methodologies* (2001) című munkájában egy olyan módszertant kínál, amely a vizuális reprezentációk több szintű elemzésére épül. Ezek az elemzési szintek lehetővé teszik a vizuális reprezentációk összetett vizsgálatát, mivel nem csupán a képek esztétikai és tartalmi vonatkozásaira koncentrálnak, hanem azok társadalmi kontextusát és hatásmechanizmusait is figyelembe veszik.

Az első elemzési szint magára a képre vonatkozik (site of the image): mit ábrázol a kép, milyen kompozíciós elemek jelennek meg (színek, fények, elrendezés stb.), milyen fotográfiai művészeti stílushoz kapcsolható? (Rose, 2001: 17–22) Elemzésem során arra fókuszáltam, hogy ki a poszt közzétevője, mi a szöveg fő mondanivalója, ezeket milyen vizuális elemekkel (emotikonok, ikonok) teszi érzékletesebbé, a képek esetében pedig mi a kép témája, hogyan szerveződik a kompozíció, mely motívum kerül kiemelésre. A második szint a kép előállításával (site of production) kapcsolatos: ki készítette a képet, és milyen szándékkal, milyen technológiai vagy

kulturális környezetben jött létre, milyen hatalmi struktúrák befolyásolták a létrejöttét? (Rose, 2001: 22–23) Jelen kutatásban ez az értelmezési szint azon bejegyzések esetében volt releváns, ahol valamilyen szervezet, esetleg világi vagy egyházi előjáró posztját vizsgáltam. Például a Rákóczi Szövetség által posztolt fénykép esetében a fiatalság jelenléte a búcsún, a nemzeti összetartozás, megmaradás politikai színezetében tűnik fel. A gyulafehérvári kispapok által közzétett bejegyzés és fényképek egy egyházi szervezet jelenlétét és szerepvállalását erősíti meg a búcsú reprezentációi között. Végül a kép befogadása és használata (site of audiencing) arra utal, hogyan értelmezik a nézők a képet, pontosabban milyen társadalmi, kulturális vagy politikai kontextus határozza meg a jelentését, milyen eltérések lehetnek a különböző nézői csoportok között (Rose, 2001: 24–27). Ez a befogadói aspektus két szinten értelmezhető a búcsúhoz kapcsolódó tartalmak esetében. Az egyik oldalhoz tartoznak a hozzászólások. Ezek főként a résztvevőhöz fűződő személyes, ismeretségi viszony alapján „értékelik” a résztvevő zárandoklatát, jelenlétét a búcsún. A zárandoklat megtételére vonatkozó gratulációk, a lelki támogatás megnyilvánulásai – különösen az imádkozásra utaló gesztusok révén – és az ezekhez társított különféle vizuális elemek melléklete fordul elő leggyakrabban. Továbbá rendszeres gyakorlat a sajnálkozás kifejezése aziránt, hogy az illető nem vehetett részt az eseményen, illetve a megosztott képekért való köszönetmondás is jellemző mintázatként jelenik meg.

A befogadói oldal másik, komplexebb oldalát jelenti a posztok szövegének és képi anyagának tágabb társadalmi és kulturális kontextusba helyezése. Gillian Rose szerint annak érdekében, hogy releváns következtetéseket tudjunk levonni a tartalomelemzésből, szükséges olyan kulcsszavakat és kulcstémákat megállapítanunk, amelyek gyakran előfordulnak, és meghatározó jelentőséggel bírnak. A tartalomelemzés alapját jelenti az, hogy egy képekből vagy szövegekből álló mintában számba vesszük bizonyos vizuális elemek előfordulási gyakoriságát, majd elemezzük ezeket. Ahhoz, hogy a végső eredmények megismételhetők és érvényesek legyenek, bizonyos feltételeknek kell teljesülniük az eljárási folyamat minden szakaszában (Blaskó & Margitházi, 2010: 394).

Jelen kutatás során az elemzett posztokhoz tartozó képi anyagban a következő kulcstémákat azonosítottam: imaidézet, mottó, öröm, hála, áldás érzésének kifejezése, másokról való gondoskodás (gyakran fohász, ima formájában), magyar nemzeti – olykor szélsőséges – identitás kifejezése, tömegélmény, személyes hitvallás kifejezése, családi és baráti összetartozás, közösségben való létezés, a világ teljességével való azonosulás, otthonosság, hazatérés, a táji környezet szépségének kifejezése, önreprezentáció (például szelfi által), a búcsús élmény képek általi átélése stb.

Az imént felsorolt, a bejegyzésekben megjelenő fő témák és a szövegek és képek részletes elemzése következtében három fő diskurzus körvonalazható a búcsú digitális reprezentációiban: a vallási élmény, a nemzeti identitás és a személyes identitás. Mielőtt rátérnék ezek részletes értelmezésére, szükségesnek tartom összefoglalni a diskurzus fogalmát.

A diskurzus fogalma a társadalomtudományokban sajátos jelentéssel bír: olyan kijelentések csoportjára utal, amelyek meghatározzák, hogy egy adott dolgot hogyan gondolunk el, és ennek alapján hogyan cselekszünk. Más szóval, a diskurzus egy meghatározott világszemléletet tükröző tudáskonstrukció, amely befolyásolja, hogyan értelmezzük a világot és hogyan cselekszünk benne. A diskurzusok különböző vizuális és verbális képeken és szövegeken, specializált vagy hétköznapi formában, valamint azokon a gyakorlatokon keresztül artikulálódnak, amelyeket ezek a nyelvek lehetővé tesznek. Mivel a diskurzus számos különböző formában nyilvánul-

hat meg, az intertextualitás kulcsfontosságú annak megértésében. Ez a fogalom Rose szerint arra vonatkozik, hogy egy adott diszkurzív kép vagy szöveg jelentése nem csupán önmagából fakad, hanem más képek és szövegek jelentései is befolyásolják, azok összefüggéseiben is értelmet nyerhet (Rose, 2001: 136.). A búcsúval kapcsolatos sajátos diskurzusok is több száz poszt és fénykép elemzése és összehasonlítása következtében bontakoznak ki.

Lynda Nead brit művészettörténész *Myths of Sexuality: Representations of Women in Victorian Britain* (A szexualitás mítoszai: A nők reprezentációja a viktoriánus Britanniában) című művében a diskurzus fogalmával kapcsolatban azt is felveti, hogy a „művészet” szintén diskurzusnak, egy specializált tudásformának tekinthető. Azt állítja, hogy „a 19. századi művészeti diskurzus magában foglalta a vizuális képek egymásra épülését, a kritika nyelvezetét és struktúráit, a kulturális intézményeket, a művészeti közönséget, valamint azokat az értékeket és tudásokat, amelyek a magas kultúra tett lehetővé és hozott létre” (Nead, 1988: 4).

A diskurzuselemzés I. változata a diskurzus különböző vizuális képekben és verbális szövegekben való megnyilvánulására, mint az adott diskurzushoz kapcsolódó gyakorlatokra alapoz. A diskurzuselemzés I. változatának egyik témája a diskurzus saját szerveződése. Hogyan van pontosan felépítve egy adott diskurzus, és hogyan hoz létre egy adott típusú tudást? Írásos vagy beszélt diskurzusokkal kapcsolatban a diskurzuselemzés például azt vizsgálja, hogy egy adott diskurzus hogyan ír le dolgokat (Rose, 2001: 150). A csíksomlyói pünkösdi búcsú lényegisége és jelentésrétegei sokat változtak az idők folyamán. Az, hogy egy adott időszakban milyen tudás(ok) mentén szerveződik a résztvevők búcsúról alkotott képe, mit jelent számukra a búcsú lényegisége, azokból a diskurzusokból épül fel, amelyek mentén a társadalom különböző csoportjai, rétegei beszélnek az eseményről.

Mindezt alapul véve és a fentebb ismertetett tartalomelemzés fő témáinak és sajátos kifejezési formáinak alapján a búcsú közösségimédia-reprezentációjában az egyik fő diskurzus a vallási élmény kifejezése és közzététele. A búcsún való részvétel, mint vallásos élmény a közösségi média általam vizsgált felületén egy összetett élményhalmazként fogható fel, melyben különféle eszmék, érzések gyakran kevert változatai csapódnak le. Ezek egyszerre lehetnek nagyon személyesek, szubjektívek és általánosak, olykor klisések. A vallási élmény diskurzusába tartozhat a liturgikus tapasztalat megélése, a Szűzanya gyógyítóerejébe vetett hit kifejezése, a búcsús élmény, mint a hazatérés, otthonra lelés érzése, a búcsú tanító, tanulságos jellegének hangsúlyozása, az elvontabb spirituális tapasztalat (például az egység érzése a világgal és az emberekkel) reprezentálása vagy az esemény vallási és nemzeti oldalának meghasonlás nélküli, egyként való felfogása.

A magyar nemzeti identitás diskurzusában a búcsúról való beszédmódot a nemzeti jelleg határozza meg. Eszerint az esemény nemzeti vonatkozása a búcsú vallásos jellegével egyenrangúként artikulálódik, vagy azt meghaladva válik elsődlegessé. Ez utóbbi a búcsúnak a magyarság legnagyobb találkozóhelyével való azonosításában mutatkozik meg. A posztok szövegeiben és képi tartalmaiban egyaránt hangsúlyos a tömegélmény megfogalmazása, melyben a búcsús tömeg a magyarság erejének szimbolikus hordozójaként értelmezhető. A mellékelt fényképeket tekintve a kompozíció felépítésében érhető tetten a nemzeti jelleg kiemelése a nemzeti lobogók, népviseletek középpontba helyezésében. A pünkösdi jókívánságok kizárólag magyaroknak címzett szándéka, a különböző romantika korabeli, nemzeti hangvételű versrészletek, idézetek ak-

tualizálása és újrakontextualizálása a búcsú jelenlegi képére vonatkoztatva mind a nemzeti identitás diskurzusába tartoznak.

A személyes identitás kifejezése a búcsúval kapcsolatos diskurzus egyik kulcstémájaként értelmezhető, amely a résztvevők egyéni búcsútapasztalatain és ezek vizuális megjelenítésén alapul. Idesorolható a zárándoklat sikerélménye, illetve annak egyéni fizikai teljesítményként való értelmezése. A résztvevőnek a hozzátartozóihoz, barátaihoz fűződő, a búcsú kontextusában megragadható kapcsolata – például az egymásnak való drukkolás, az egymásért való imádkozás, a gratuláció, az öröm és a hála – kinyilvánítása szintén e diskurzus részét képezi.

10. ÖSSZEGZÉS

A kutatás során végzett tartalomelemzés a csíksomlyói pünkösdi búcsúról készült Facebook-bejegyzésekben három domináns diskurzust tárt fel: a vallási élmény, a nemzeti identitás, valamint a személyes identitás diskurzusait. E három jelentésképző tengely nem elszigetelten, hanem gyakran egymással átfedésben, egymást kiegészítve és erősítve jelenik meg. Ezek együttesen alkotják azt a sajátos kulturális és társadalmi tudásrendszert, amely alapján a búcsú közösségi médiareprezentációi értelmezhetők. A diskurzusok elemzése révén kirajzolódik, hogy a közösségi médiában a búcsú nem csupán vallási eseményként van jelen, hanem komplex identitásformáló és identitáskifejező térként is működik.

A vallási élmény diskurzusa a bejegyzések egyik leggyakoribb és legmarkánsabb tematikus szervezőelveként azonosítható. A posztok szövegei és vizuális tartalmai egyaránt közvetítik a zárándoklat spirituális dimenzióját, melyben a vallásos élmény nem csupán az egyház hivatalos tanításaihoz vagy a liturgikus gyakorlatokhoz való kapcsolódást jelenti, hanem a személyes hit, az érzelmi megérintettség és a belső transzformáció megélését is. A résztvevők gyakran írják le a búcsút úgy, hogy a vallási tapasztalat az otthonosság, biztonság és érzelmi feltöltődés nyelvére artikulálódik. Megfigyelhető továbbá az is, hogy a vallási élmény kifejezése nem mindig a hagyományos szakrális szóképletben történik, hanem egyéni, gyakran hétköznapi nyelvi és képi elemekkel keveredik – ezzel is mutatva a hitélmény személyessé és aktuálissá válását.

A liturgikus tapasztalat, a Mária-kultuszhoz való kötődés, valamint az egység és közösségi jelenlét spirituális megtapasztalása egyaránt jelen van a képek és szövegek szintjén. Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy ezek az élmények nem egyszerűen dokumentálódnak, hanem a közösségi megosztás révén új jelentést nyernek: a posztolás gesztusa maga is spirituális cselekedetként értelmezhető, amely során az egyén saját hitélményeit mások számára is láthatóvá és értelmezhetővé teszi. A vallási diskurzus tehát nemcsak tartalmában, hanem funkciójában is új jelentést kap a digitális térben.

A nemzeti identitás diskurzusa szorosan összefonódik a vallásos élmények megjelenítésével, de különálló jelentéstartománnyal is bír. A vizsgált Facebook-bejegyzésekben a búcsú mint nemzeti esemény jelenik meg: a magyar identitás reprezentációja nemcsak kiegészíti a vallásos tartalmakat, hanem sok esetben azokkal egyenrangúként vagy akár elsődlegesként kerül előtérbe. A nemzeti jelképek – mint a magyar zászló, a népviselet vagy a történelmi idézetek – nemcsak a képeken dominálnak, hanem a szöveges tartalmakban is hangsúlyosan jelen vannak.

Ezáltal a búcsú nemcsak egyházi ünnepként, hanem nemzeti közösségi eseményként is artikulálódik.

A nemzeti diskurzus különösen azokban a bejegyzésekben erőteljes, amelyekben a búcsút a „magyarság legnagyobb találkozóhelyeként” írják le. Ezekben a szövegekben és képekben a zárándoklatot nemcsak vallásos kötelességként, hanem nemzeti identitás megerősítésére szolgáló eseményként értelmezik. A tömegábrázolások – a sokaságban vonuló zárándokok, a zászlókat magasba emelő résztvevők – nem csupán az esemény monumentalitását, hanem a közös hovatartozás élményét is megjelenítik. A magyar nemzeti színek, a történelmi emlékezet idézetei, a romantika korának stilisztikai jegyeit viselő szövegek mind a nemzetként való gondolkodás szimbolikus rendszerét erősítik. Ezekben a posztokban a nemzeti identitás performatív módon épül fel: a részvétel, a közösségi megosztás és az ünnepi retorika együttesen járul hozzá egy kollektív „magyarságélmény” kialakításához.

A személyes identitás diskurzusa a búcsú közösségimédia-reprezentációinak harmadik jelentéssíkja, amely az egyéni tapasztalatok és önábrázolások szintjén válik hangsúlyossá. Míg a korábbi, hagyományos kutatások gyakran a zárándokokat mint közösségi egységet szemlélték, addig a közösségi médiás reprezentációk világában az egyéni jelenlét és annak sajátos megmutatása kerül előtérbe. A résztvevők önmagukat mutatják meg: sikeres zárándoklatuk fizikai teljesítményként való értelmezése, barátokkal és családtagokkal való kapcsolatuk kifejezése (például egymásért való imádkozás, gratuláció, közös fotózkodás), valamint az élmény személyes narratívájának megalkotása mind azt jelzi, hogy a búcsú nemcsak kollektív, hanem mélyen személyes eseményként is jelen van.

A vizuális tartalmak közül kiemelkedik a szelfi mint a digitális önreprezentáció egyik alapvető műfaja. A szelfik megjelenése azt mutatja, hogy a zárándoklaton való részvétel nem pusztán spirituális vagy nemzeti kötelességként értelmeződik, hanem az egyéni identitás megerősítésének és kommunikálásának lehetőségeként is. Az önmagukat szelfiző zárándokok a jelenlét és az élmény személyes átélését hangsúlyozzák, miközben vizuálisan is elhelyezik magukat a közösségi esemény kontextusában. A személyes és közösségi ábrázolásformák egymás mellettisége új egyensúlyt teremt, amely a mai digitális reprezentációs kultúrára jellemző identitás-hibriditást tükrözi.

Összességként megállapítható, hogy a csíksomlyói búcsú Facebookon való megjelenítése nemcsak információközlő vagy élménymegosztó gyakorlatként értelmezhető, hanem egy sajátos társadalmi diskurzusmezőként is, amelyben a vallási, nemzeti és személyes identitás egyszerre épül fel, artikulálódik és performálódik. A közösségi média platformjai lehetőséget kínálnak arra, hogy az egyéni és kollektív tapasztalatok szimbolikus kifejezést nyerjenek, s ezek a kifejezési formák egyben visszahatnak arra is, ahogyan a résztvevők önmagukat, a közösséget és a búcsú jelentését értelmezik. A digitális reprezentációk tehát nemcsak leképezik a valóságot, hanem aktívan formálják is azt: új identitásstruktúrákat, értelmezési kereteket és közösségi tudásformákat hoznak létre. Ennek fényében a csíksomlyói búcsú kortárs vizuális reprezentációi túlmutatnak az esemény puszta dokumentációján – ezek a képek és szövegek a modern vallásosság, nemzettudat és egyéni önkép közös metszéspontjaiban jönnek létre és működnek.

SZAKIRODALOM REFERENCES

- Blaskó, M., & Margitházi, B. (szerk.) (2010). *Vizuális kommunikáció – szöveggyűjtemény*. Typotex.
- Bibó, I. (1991). The Jewish Question in Hungary After 1944 [1948]. In K. Nagy (szerk.), *Democracy, Revolution, Self-Determination. Selected writings* (155–322. o.). Columbia University Press.
- Rose, G. (2010). Tartalomelemzés – megszámoljuk, amit lát(ni vélünk). In M. Blaskó, & B. Margitházi (szerk.), *Vizuális kommunikáció – szöveggyűjtemény* (389–411. o.) Typotex.
- Nead, L. (1988). *Myths of Sexuality: Representations of Women in Victorian Britain*. Basil Blackwell.
- McLuhan, M. (1967). *The Medium is the Message*. Penguin Group.
- Manovich, L. (2008). Az újmédia nyelve: Mi az újmédia? In P. Gerencsér (szerk.), *Új, média, művészet* (12–45. o.). Universitas Szeged Kiadó.
- Mohay, T. (2023). *A csíksomlyói kegyhely és búcsújárás – Diktatúra, rendszerváltás, modernizáció*. L'Harmattan.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage Publications.
- Pataki, F. (2003) Együttes élmény – kollektív emlékezet. *Magyar Tudomány*, 47(1), 26–35.
- Pusztai, V. (2020). *Vizualitás és média*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó.
- Tánczos, V. (2016). *Csíksomlyó a népi vallásosságban*. Nap Kiadó.
- Veszelszki, Á. (2016). A hashtag mint új frazeologizmus. In V. Bárdosi (szerk.), *A nyelvi pragmatika kérdései szinkrón és diakrón megközelítésben* (147–148. o.). Modern Filológiai Társaság – Tinta Könyvkiadó.

AZ INTERNETES FORRÁSANYAG ELÉRHETŐSÉGEI

2021 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

- Lőrincz, E. (2021. május 23). Égi Édesanyánk, Csíksomlyói Szűz Mária, rejtse el védő palástod alá gyermekeidet [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/eniko.lorincz.9/videos/4055256174587343/>
- Csanyi, A. (2021. május 23.). Köszöntünk, Somlyó szép Csillaga: Üdvözlégy áldott Szűz Mária! Áldott Pünkösdi Ünnepet! [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/attila.csanyi.7739/posts/pfbid0rRC58kc8dNCSPx7MqLYNWLceUhvsneTL2cVE3F4xyUx5txWwWHiK9WEyEJrSbdXLI>
- Ferenczt, I. (2021. május 23.). Hazajöttünk s Megáldott a Csíksomlyói Boldogságos Szűz Mária! Csíksomlyói Búcsú 2021 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/ianos.ferenczt/posts/pfbid02Qem1NDuyPLcRPnguTPqb9LharTFBRWjCQ9nu15HvdjvQDKdJZt7UA9DDWGWeQr2QI>
- Szász, A. Á. (2021. május 23). Csíksomlyói Pünkösdi Búcsú !!! Kicsik és nagyok... zárándokok... (galamb és csillag ikon) »Tudatosítsuk, hogy az értéskálánk nem lehet más, mint:

a bölcsesség, a megbecsülés. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/arpadatila.szasz/posts/pfbid02X1Zby6w6Aocf6oF9CKbJEi6QBseV6JzpdBBmfhPvjoelLBM5xEBk2WiYtf3Q67FI>

2022 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Laczkó, E. (2022. június 4.). Az élet ÁLDÁS! Áldott Pünkösdi ünnepet kívánok a Csíksomlyói Búcsú üzenetével [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/edit.laczkoi.1/posts/pfbid0XTLWLvJxrh1GWWfEirEZnFJDsdmYSEs48GtBe1rtxjo1Nuq4PxohhNHpZPXiXHxFhl>

Both, B. Cs. A. (2022. június 4.). Két kürtös a Csíksomlyói Trianon emlékműnél [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/bela.both.12/posts/pfbid026n8wDjcK98b2gVGszxy13nyzhXh3cw3FsQ7C4hbms1hAXBGR6fc6qhAdKChhQ9eUl>

Bíró, A. (2022. június 5.). Csíksomlyói búcsú 2022 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/attila.biro.9461/videos/507850554465199/>

2023 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Lep, A. A. (2023. május 27.). Csíksomlyói búcsú 2023 (hála ikon). [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/anikoandrealep/posts/pfbid02ruax4hDaFZufi3FTyDpaezimoZYxZG4GQEAP3h25xXHEhGgY6puLFLgYFo3whBhCl>

Koplányi, B. (2023. május 27.). Csíksomlyói búcsú 2023! Kálvária megmaszva! [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/bence.koplanyi/posts/pfbid02NvwcMTNAXwJa8h2LpaHqqAV2ZPwD3nWdbecXD8QGJn2J5aVCr7xJfyjJRNnCmd2gl>

2023 (Letöltés ideje: 2025. 03. 04.)

Lőrincz, E. (2024. május 18). A 2024 Csíksomlyói Búcsú mottója »Újuljatok meg!« (mosoly emotikon, szív ikon) Hálát. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/eniko.lorincz.9/posts/pfbid02aXtzNUEvM7N5C1rVNDLvoNBUC8afx8YWS72E94Pp1VppGtzhZo9tBhETzRZWd99wI>

Sándor Heim, B. (2024. május 18). Reggeli szép! (glóriás emotikon) Megérkeztem! (három szívecskés emotikon) Hála. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/sandorheim.brigitta/posts/pfbid0LcBQcm7wZLYniiFAv6TQ3gE5o9ETH2SRytCayx4sbh9yHzHvJ4KXi6wZEaHi2QVpl>

Seminarium Incarnatæ Sapientiae. (2024. május 19.). Gyulafehérvári kispapok 2024-es csíksomlyói pünkösdszombati zárandoklata. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/SemInSap/posts/pfbid0xnDLW38oGP5azjupupRw9H2NAAXLMNb4aujdabtGARbKj6Bu6tJDjWcqy1biVjkLI>

Farkas, A. (2024. május 18.). Egy csodálatos nap emlékére 2024. 05. 18. Csíksomlyói búcsú (szív ikon). [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/andreia.anton.71/posts/pfbid02Aq3pW9KjAz4YhvUEbXMzmSZHfKWYo58j6o3wp8SQy6sySqiDHEA9BWak1wPaoSTI>

Árva-Tasi, G. (2023. május 27.). Megcsináltuk !! Csíksomlyói búcsú 2023. [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/gabriella.nemethnetasi/posts/pfbid02jtfmjZ5K9NUDDt2MmUnh5mkkCn3yutvp2NNabKm7dw6mj1Rn15exVamtLAUNLsGQI>

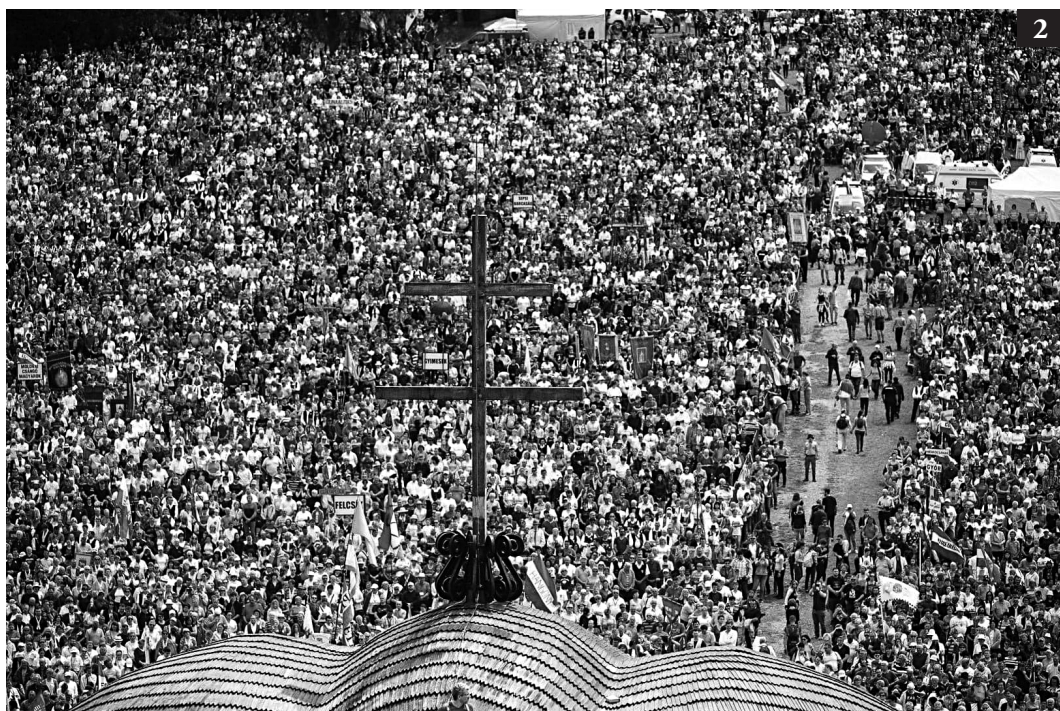
Nemzetpolitikai Államtitkárság. (2024. május 18.). „Újuljatok meg!” Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024. Áldott pünkösödöt kívánunk minden magyarnak! Potápi Árpád János [Status update]. Facebook. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0PktXV4RzZMKHk8RgMdLa9HFsqTwsxjtusrg3HoTHQy41nZCCGpTQAbTXysfxaGyml&id=100069403050814

Csöbör, K. (2024. május 18.). A magyarság legnagyobb találkozója: Csíksomlyói pünkösdi búcsú 2024 [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/CsoborKatalin/posts/pfbid02yk8XdzVrCUqxQPwAwFrBH8W5qnjze4Qw2zpNfk27CK14Gu5QJzLrbXkEM8Nyp6AlI>

Imre, T. (2024. május 18.). „Újuljatok meg!” mottóval zajlott az idei csíksomlyói pünkösdi búcsú, amelynek ünnepi szónoka Felföldi László pécsi megyéspüspök volt [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/imre.tekla/posts/pfbid022eeEmvxG777GGiySn67M6cVqFU8hYyYXesWRRUPhCnJSGCtEm2GrLdv64jbTnYgQl>

MELLÉKLET











11



12



